



Cocktailien suosio Helsingin keskustan anniskeluravintoloissa

Roope Brander

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Roope Brander
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Cocktailien suosio Helsingin keskustan anniskeluravintoloissa
Sivu- ja liitesivumäärä 29 + 1
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, ovatko cocktailit, eli alkoholilliset juomasekoitukset suosittuja Helsingin keskustan anniskeluravintoloissa. Lisäksi haluttiin selvittää, millaisia cocktaileja kuluttajat tällä hetkellä nauttivat. Opinnäytetyö oli tutkimustyyppinen, eikä siinä ollut toimeksiantajaa. Opinnäytetyöprosessi alkoi marraskuussa 2022 ja työ valmistui toukokuussa 2023.</p> <p>Tietoperustan ensimmäinen osa käsittelee cocktailin käsitteen määritelmää, koostumusta, keskeisimpiä cocktailityyppejä, historiaa sekä valmistustapoja sekä -välineitä. Tietoperustan toinen osa käsittelee trendejä, jotka valittiin opinnäytetyön teoreettiseksi viitekehikseksi. Luvussa käsitellään trendejä käsitteenä sekä muita trendeihin liittyviä käsitteitä. Viimeinen osa tietoperustaa pohjustaa tutkimuksessa käytettäviä menetelmiä teoreettisella tasolla.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kahdella menetelmällä, jotka ovat dokumenttianalyysi sekä puolistrukturoitu tutkimushaastattelu. Tutkimustyyppiltään kyseessä on laadullinen tutkimus. Dokumenttianalyysiin kerättiin aineistoa erilaisista alan nettilähteistä. Tutkimushaastatteluihin osallistui neljä henkilöä, joilla on useamman vuoden kokemus baarityöskentelystä eri anniskeluravintoloissa Helsingin keskustassa.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, että cocktailit ovat tällä hetkellä merkittävä osa Helsingin juomakulttuuria ja todennäköisesti ne säilyttävät suosionsa myös tulevina vuosina. Dokumenttianalyysissa käytettyjen alan lähteiden mukaan cocktailit ovat osa vuoden 2023 juomatrendejä. Suosituimmiksi cocktailityypeiksi nousivat pidemmät ja kuplivat highball- ja spritz-juomat, mutta myös tunnetut klassikkocktaileilla on paikkansa Helsingin juomakentässä. Työ auttaa ymmärtämään, millainen on cocktailien rooli Helsingin juomakulttuurissa, joka voi olla tärkeä tieto esimerkiksi ravintolan juomalistan suunnittelussa.</p>
Asiasanat Cocktail, trendit, ravintola-ala

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Cocktail	2
2.1	Määritelmä	2
2.2	Cocktailin historiaa	2
2.3	Cocktailin peruselementit	3
2.4	Luokittelu.....	4
2.5	Valmistustavat ja tärkeimmät valmistusvälineet.....	5
3	Trendit.....	8
3.1	Trendit käsitteenä.....	8
3.2	Megatrendit	8
3.3	Kuluttajatrendit	9
3.4	Heikot signaalit.....	9
4	Tutkimus.....	11
4.1	Tutkimustyyppi ja -menetelmät.....	11
4.2	Puolistrukturoitu haastattelu	12
4.3	Dokumenttianalyysi	12
5	Dokumenttianalyysi	14
5.1	Kespron pikkujoulukauden myyntidata ja pikkujoulututkimus.....	14
5.2	Shaker-lehden juomatrendit 2022.....	15
5.3	Ennusteita vuoden 2023 juomatrendeistä.....	16
5.4	Johtopäätöksiä dokumenteista	17
6	Tutkimushaastattelu	19
6.1	Haastateltavien kokemus alalta Helsingissä	19
6.2	Cocktailkulttuurin muuttuminen Helsingissä	20
6.3	Cocktailien suosio suhteessa muihin alkoholijuomiin nykyisessä työpaikassa.....	20
6.4	Onko cocktailien suosio noussut vai laskenut Helsingissä viime vuosina?	21
6.5	Vuodenaikojen tai muiden ajankohtien vaikutukset cocktailien kulutukseen	21
6.6	Minkä makuiset cocktailit ovat suosituimpia tällä hetkellä?	21
6.7	Ovatko lyhyet vai pitkät cocktailit tällä hetkellä suosituimpia?.....	22
6.8	Yleisimmät valmistusmenetelmät tällä hetkellä.....	22
6.9	Suosituimmat alkoholit cocktaileihin	22
6.10	Miten cocktailien kulutus muuttuu Helsingissä tulevina vuosina?.....	23
7	Pohdinta.....	24
7.1	Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset	24
7.2	Validiteetti ja reliabiliteetti	25

7.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	26
Lähteet.....	27
Liitteet	30
Liite 1. Haastattelurunko.....	30

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, ovatko cocktailit eli alkoholipitoiset juomasekoitukset kasvava trendi Helsingin keskustan anniskelussa. Alatavoitteena on saada selvyyttä, millaisia cocktailleja kuluttajat suosivat. Työ on tutkimustyyppinen, eikä siinä ei ole ulkopuolista toimeksiantajaa.

Aiheidean opinnäytetyöhön sain syksyllä 2022, kun työpaikallani tuli käyttöön uudistettu cocktaillista. Se sisälsi cocktailleja, joita en ollut ikinä ennen tehnyt. Juomien valmistustekniikat olivat minulle myös uusia ja pääsin niiden myötä oppimaan paljon uutta. Kun pääsin yhä enenevässä määrin valmistamaan cocktailleja käyttäen erilaisia tekniikoita, aloin syventymään cocktailleihin ja päätin tuoda aiheen myös opinnäytetyöhöni.

Työn tietoperustan ensimmäinen osa käsittelee cocktailleja. Siinä perehdytään cocktailin määrittelyyn ja koostumukseen, cocktailin historiaan, yleisimpiin valmistustapoihin sekä tärkeimpiin cocktailleiden valmistuksessa käytettäviin välineisiin. Tietoperustan toisen osan aiheena on trendit, joka on työn teoreettinen viitekehys. Ravintola-ala on hyvin trendivetoinen ala ja cocktailit ovat varsinkin tuotteena sellainen, joiden suosio tuntuu vaihtelevan aikakausittain. Myös siinä on paljon vaihtelua, millaisia cocktailleja asiakkaat haluavat minäkin aikoina.

Tutkimusosassa toteutetaan dokumenttianalyysi ja haastattelututkimus, joiden avulla pyritään saamaan vastauksia tutkimusongelmaan. Tutkimusosassa on myös pohjustettu teorian avulla, millaisia työssä käytettävät menetelmät ovat ja mitä ne pitävät sisällään. Lopuksi analysoidaan tutkimusmenetelmillä saatuja tuloksia ja kootaan niistä johtopäätelmiä, sekä arvioidaan opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimista.

2 Cocktail

Luvussa käsitellään cocktailin määritelmää, valmistusta, luokittelua ja historiaa. Cocktailin määrittelyssä keskitytään siihen, mistä cocktail koostuu ja mitä onnistuneeseen cocktailiin tarvitaan. Valmistusta käsitellään esittelemällä yleisimmät cocktailien valmistusmenetelmät. Cocktailien luokittelusta kerrotaan tyypillisimpiä tapoja luokitella juomasekoituksia.

2.1 Määritelmä

Cocktailien valmistus muistuttaa paljon gastronomiiaa. Kun ruoka-annos voi olla yksinkertaisimmillaan perunat ja pihvi, voi drinkki olla yksinkertaisimmillaan alkoholijuoma, jota jatketaan jollain pidentäjällä. Cocktailien valmistus voi olla korkealentoista hifistelyä, mutta usein se on kuitenkin yksinkertaista. Cocktailien tekemisessä on oleellista ymmärtää niiden peruspilarit. Niitä ovat usein alkoholi, jäistä sulava vesi, jokin makea sekä jokin hapan. Peruselementit voi saada mukaan cocktailiin silloinkin, kun ainesosia on vähemmän kuin neljä. (Issukka & Koskinen 2017, 129.) Cocktailin rakentamiseen tarvitaan alkoholi, kuten vodka, gini, tequila, rommi, viski tai brandy. Tämän lisäksi tarvitaan runko, joka tukee alkoholia, kuten samppanja, kerma, vermutti tai mehu. Viimeinen komponentti on pieni määrä esimerkiksi katkeroa, hedelmää, siirappia, likööriä tai kahvia, jotka tuovat aromia juomaan. (Lev-Tov 6.5.2022.)

Cocktailissa on ajatuksena sekoittaa keskenään useampaa ainesosaa, joista vähintään yksi on alkoholipitoista. Yksinkertaisimmat cocktailit voivat olla vain muutamia ainesosia, mutta monimutkaisemmissa saattaa olla jopa kuusi tai seitsemän erilaista ainesosaa. Cocktail ei varsinaisesti tarkoita samaa kuin juomasekoitus, sillä juomasekoituksessa sekoitetuista ainesosista yhdenkään ei tarvitse olla alkoholipitoista. Mikäli cocktail ei sisällä alkoholia, käytetään siitä yleensä sanaa mocktail. (Lev-Tov 6.5.2022.)

Cocktailia valmistaessa on päätettävä, haluaako sen olevan makea, hapan, kevyt vai alkoholinen. Juoman tyyliä saa muutettua muuttamalla neljän mainitun peruspilarin suhteita. Kannattaa kuitenkin pitää kaikki neljä elementtiä mukana drinkissä, vaikka niiden suhteita muuttaisikin, sillä muuten kokonaisuus voi jäädä vajaaksi. Jos esimerkiksi hapan elementti puuttuu, voi juoma olla ällöttävän makea. Useat cocktailit pohjautuvat perusresepteihin, mutta mikään ei estä kehittämästä omia reseptejä. Kun asiaan perehtyy, alkaa löytämään eri tuotteista makuja ja vivahteita. (Issukka & Koskinen 2017, 129.)

2.2 Cocktailin historiaa

Cocktailin syntyaikoina, ajatuksena juomasekoituksissa oli saada alkoholi maistumaan paremmalta ja sellaiselta, että sitä voitiin nauttia. Tähän aikaan alkoholit olivat epäpuhtaita ja maku niissä oli

karu, johtuen huonoista tislusmenetelmistä. Cocktailin voidaan katsoa syntyneen vuonna 1806, jolloin New Yorkin Hudsonissa toimiva The Balance and Columbian Repository -lehti julkaisi vastauksen lukijan kysymykseen siitä, mikä on cocktail. Alun perin se tarkoitti juomasekoitusta, jossa on vettä, sokeria, bittereitä ja alkoholia. Tähän päivään mennessä cocktail-nimityksestä on kuitenkin tullut yleisnimitys, jota käytetään lähes kaikkien sekoitettujen juomien yhteydessä. (Aho, Autti & Siitonen 2009, 93–94.)

1850-lukuun mennessä, baarien menuista löytyi lukuisia cocktaileja ja vuonna 1862 Jerry Thomas muutti cocktailkulttuuria kirjoittamalla baarimikon reseptikirjan. How to Mix Drinks -kirja oli ensimmäinen Yhdysvalloissa julkaistu kirja juomasekoituksista. Se loi pohjaa alalle ja toi mainetta kirjoittajalleen. Tästä voidaan katsoa alkaneen niin sanottu cocktailien kultainen aika, joka kesti 1860-luvulta 1930-luvulle. Cocktailien trendi jatkoi kasvamistaan ja levisi valtameren toiselle puolelle. Muissa maissa olevat amerikkalaiset baarit matkivat ilmiötä. Erilaiset tekniikat ja trendit olivat muodikkaita ja syntyi monia nykyisinkin tunnettuja klassikkojuomia. Näistä esimerkkeinä vuonna Ramos Gin Fizz New Orleansissa vuonna 1888, Rob Roy 1890-luvulla New Yorkissa ja Singaporessa keksitty Singapore Sling vuonna 1901. (Sandham 2012, 12.)

Suomessa cocktailit tulivat baarien valikoimiin vasta 1900-luvulla. Ensimmäinen maininta cocktailbaarista on maaliskuussa vuonna 1901. Kyseessä oli American Bar, jota pidettiin Helsingin Societetshusetin salongissa konsertti-iltoina. Cocktaileihin tarvittavia raaka-aineita oli ollut saatavilla Suomessa jo 1800-luvulta lähtien, mutta cocktailkulttuuri alkoi muodostua vasta 1900-luvun alussa. Vuonna 1905 alkoi Suomessa ensimmäinen cocktailien kulta-aika. Venäläistämistoimet, teollistuminen, kaupungistuminen ja tuloerojen kasvu villitsi kansaa. Suomeen levisivät American Bar ja cocktailit. Ulkomailta hankittiin oppia ja baarimestareina toimivat usein vierailevat cocktail-osaajat. (Issukka & Koskinen 2017, 31–32.)

2.3 Cocktailin peruselementit

Ehkä tärkein osa cocktailia on siinä käytettävä alkoholi. Drinkeissä käytettäviä perusalkoholeja ovat vodka, gini, rommi, tequila, konjakki, viski ja katkerot. Alkoholin laatuun kannattaa satsata, sillä halvimmat tuotteet tuovat juomaan epämiellyttäviä vivahteita. Toinen peruselementti cocktaileissa on vesi, jota ei usein haluta myöntää lainkaan raaka-aineeksi. Jäistä juomaan sulava vesi ei ainoastaan viilennä juomaa, vaan myös pidentää sitä kuten limonadi. Millaista jäätä juomassa käyttää, ei myöskään ole yhdentekevää, vaan ammattilaiset ovat valmiita maksamaan suuriakin summia jääpalakoneista, jotta saavat juomiinsa oikeanlaista jäätä. Kolmas elementti eli makeus saadaan yleensä vaaleasta sokerista, jota voidaan käyttää sellaisenaan tai siirapin muodossa. Muita makeuttajia ovat hunaja, makusiirapit sekä makeat hedelmät. Makeus voimistaa ja nostaa esille juoman muita makuja. Viimeinen elementti eli hapan raikastaa juomaa. Cocktaileihin happamuus

saadaan useimmiten sitrushedelmistä. Näistä yleisimpiä ovat sitruuna, lime ja greippi. (Issukka & Koskinen 2017, 130–139)

2.4 Luokittelu

Aperitiiveilla tarkoitetaan juomia, jotka on tarkoitettu ennen ruokailua nautittaviksi. Niiden tehtävä on herätellä makuaistia ja kiihottaa ruokahalua. (Aho ym. 2009, 103.) Aperitiivien tulisi olla luonteeltaan kuivia ja kevyitä. Niissä tulisi yhdistellä sopivasti happamia, yrttisiä sekä hedelmäisiä makuja. Hyvä aperitiivi voi olla kuiva, kupliva, hapan ja katkeroinen, muttei koskaan liian makea. Tärkeitä ainesosia aperitiiveissa ovat esimerkiksi vermutit, samppanja, Aperol, Campari ja gini. (Sandham 2012, 18–31.)

Digestiivit ovat yleensä täyteläisempiä ja pehmeämpiä kuin aperitiivit. Digestiivin tulisi toimia lisukkeena jälkiruoalle tai toimia aterian päättäjänä. Digestiiviksi voidaan nauttia tummempia viinoja raakana, kuten viskiä, rommia tai brandya. Juomasekoituksista puhuttaessa suosituimmat digestiivit ovat kuitenkin täyteläisiä ja kermamaisia sekoituksia. (Sandham 2012, 38.) Digestiiviksi luokiteltavia cocktaileja ovat esimerkiksi Espresso Martini ja Irish Coffee.

Sourit ovat cocktaileja, jotka sisältävät alkoholia, sitrusmehua ja sokeria (Aho ym. 2009, 103). Niihin laitetaan jotakin perusalkoholia, yleensä sitruunan tai limen mehua ja makeuttajaa. Makeuttaja on usein sokeri, mutta se voi olla myös granaattiomenamehua tai ananasmehua. Myöhemmin sokeria on alettu korvaamaan myös alkoholillisella likööriä, joka on kuitenkin makeaa. (Drink Magazine Asia 2018.)

Spritz-juomissa yleisesti yhdistetään katkeroista likööriä, kuohuviiniä ja kuplivaa vettä. Niiden historia ulottuu 1800-luvulle, kun viiniä alettiin laimentamaan soodavedellä. Nykyisin spritzit ovat suosittuja ennen ruokaa nautittavia aperitiiveja niin Italiassa kuin muuallakin, niiden lempeän katkerisuuden ja matalahkon alkoholipitoisuutensa vuoksi. (Morgan 2022.) Yleinen kaava spritz-juomien valmistamiseen on kolme osaa kuohuviiniä, kaksi osaa katkeroa ja yksi osa soodavettä. Tämän kaavan mukaan voidaan luoda erilaisia variaatioita spritzeistä. Juomassa käytettävää katkeroa voi vaihdella, soodan sijasta voi käyttää muita virvoitusjuomia sekä vaihtelua voi tuoda kokeilemalla eri alueiden kuohuviinejä. (Hujanen 2021.)

Highball-cocktailit ovat juomia, jotka sisältävät jotakin alkoholia ja hiilihapollista pidentäjää. Ne rakennetaan suoraan lasiin jäiden kanssa. (Aho ym. 2009, 104.) Highballit ovat maailmanlaajuisesti yksi suosituimmista cocktail-tyypeistä. Tyypillisiä highball-cocktaileja ovat esimerkiksi Gin & Tonic ja Vodka Soda. Vaikka highballit vaikuttavat yksinkertaisilta, vaatii niiden tekeminen kuitenkin oikeanlaista tekniikkaa, oikeita ainesosien suhteita ja laadukkaita raaka-aineita. (Zielinski 2020.)

2.5 Valmistustavat ja tärkeimmät valmistusvälineet

Cocktailien valmistuksen perustekniikkaa kutsutaan rakentamiseksi. Se tarkoittaa juoman rakentamista suoraan lasiin mittaamalla siihen alkoholi ja pidentämällä sen jollain pidentäjällä. Sen jälkeen juoma sekoitetaan lusikalla. (Issukka & Koskinen 2017, 161.) Rakentamisella ei saada juomasta yhtä kuohkeaa, kuin esimerkiksi ravistamalla. Rakentamalla saadaan luotua kevyitä ja matala-alkoholipitoisia juomia. Rakennetut drinkit vaativat kuitenkin tarkkuutta, jotta saadaan oikea tasapaino. Jotkut juomat on helppo pilata raaka-aineiden väärillä suhteilla. (Hujanen 2021.)

Toinen perusvalmistustapa cocktaileille on ravistaminen. Ravistamalla saadaan varmistettua, että huonosti keskenään sekoittuvat ainesosat sekoittuvat ja että juoma jäähtyy. Ravistamiseen käytetään shakeria tai boston shakeria. Shakeriin laitetaan ainesosien lisäksi noin kolmeneljäsosaa jäitä. Ravistusta jatketaan, kunnes shakerin ulkopintaan muodostuu kondenssivettä. (Shotti.fi s.a.) Ravistettaessa jäät sulavat juomaan nopeasti ja juoma saadaan jäähdytettyä todella kylmäksi. Jäiden sulaminen juomaan tarkoittaa toisaalta sitä, että siihen sekoittuu runsaasti vettä. (Issukka & Koskinen 2017, 162.)

Kolmas ja teknistä taitoa vaativa valmistustapa on hämmentäminen. Se sopii cocktaileihin, joiden raaka-aineet ovat rakenteeltaan ja sokeripitoisuudeltaan samankaltaisia. Tekniikalla saavutetaan kirkkaan kuulas cocktail. (Hujanen 2021.) Hämmentämisessä ainesosat mitataan ensin sekoituslasiin. Tämän jälkeen lisätään runsaasti jäitä, jonka jälkeen juomaa sekoitetaan lusikalla. Juoma on valmis 30–40 pyöräytyksen jälkeen. Hämmentäessä juoma viilenee ja siihen sulaa vettä lasissa olevista jäistä. (Issukka & Koskinen 2017, 164.)

Kunnon työvälineet helpottavat työntekoa. Baarivälineitä kannattaa ajatella ennemmin investointina kuin kulueränä. Kannattaa kuitenkin miettiä, mitkä välineet ovat tarpeellisia. Yksi yleisimmistä baarin työvälineistä on Boston shaker, jota käytetään cocktailien valmistukseen. Boston shakeria käytetään varsinkin silloin, kun on tarkoituksena sekoittaa keskenään ainesosia, jotka sekoittuvat huonosti toisiinsa. Cocktailbaareissa Boston shakereita tulisi olla riittävä määrä. (Aho ym. 2009, 73.) Kuvassa 1 on esimerkki tyypillisestä Boston shakerista



Kuva 1. Boston shaker (Barshopen)

Hämmennettyjä cocktaileja varten ammattilaisten suosiossa ovat joko shakerin metallinen osa tai tarkoitusta varten valmistettu sekoituslasi, jotka ovat usein koristeellisia (Issukka & Koskinen 2017, 164). Sekoitussasia käytetään usein sellaisiin cocktaileihin, joiden valmistaminen kestää keskimääräistä kauemmin. Hämmennettävät cocktailit sisältävät usein pelkkää alkoholia ja sekoituksessa jäistä liukeneva vesi tekee juomasta miedomman. (Aho ym. 2009, 79.) Kuvassa 2 on esimerkki sekoituslasista.



Kuva 2. Koristeellinen sekoituslasi (Amazon)

Tasalaatuisten cocktailien tärkein työkalu on mitta. Alkoholimittoja käyttävät ammattilaiset ympäri maailman. Mittaamalla alkoholit sekä alkoholittomat ainesosat varmistetaan, että juoma maistuu oikeanlaiselta. Vaikka drinkkien tekeminen ilman mittaa voikin tuntua hauskalta, puhuu usein

lopputuloksena syntyvä hyvänmakuinen juoma puolestaan. Mittoja löytyy yhdestä senttilitrasta aina 12:een senttilitran mittoihin, mutta yleisin mittakoko on neljä senttilitraa. (Issukka & Koskinen 2017, 159.) Kuvassa 3 on yleinen alkoholimitta.



Kuva 3. Baarimitta (Alko)

3 Trendit

Työn teoreettisena viitekehyksenä on trendit. Kuten muitakin hyödykkeitä ostaessa, myös ravintolassa asiakkaan ostopäätöksen yhtenä taustatekijänä on trendit. Tässä luvussa avataan trendin käsitettä ja sitä, miten trendit vaikuttavat kuluttajien valintoihin.

3.1 Trendit käsitteenä

Trendit kertovat vallitsevasta tavasta toimia, suhtautua ja ilmaista asioita. Ne kuuluvat arkiseen käyttäytymiseen ja peilaavat arvoja. Ne perustuvat yhdessä hyväksytyihin käsityksiin tämän hetken arvoista, ratkaisumalleista ja mahdollisuuksista. Trendit ovat osa markkinaintuitiota, joka ihmisen toimintaa. Vaikka monet helposti vastustavatkin johdetuksi tulemista ja muutosta, tapahtuvat nämä molemmat jatkuvasti. Ilman näitä kahta asiaa yhteiskunta ajautuisi sekasortoon. Trendejä havainnoimalla saa käsityksen ajankohtaisesta toimintaympäristöstä ja siitä, miten siinä yhteisössä saavuttaa arvostusta. (Merisalo 2012, 11–12.)

Trendit ovat menneissä tapahtumissa havaittavia suuntauksia. Yleensä trendeihin kuitenkin viitataan tulevaisuuden tarkastelun työkaluina. Tämä johtuu siitä, että trendit voivat jatkua samanlaisina tulevaisuudessakin. Muutos ei tapahdu välittömästi eivätkä trendit kuole hetkessä. Kuluttajatrendien kehittämisessä kestää, sillä trendiin vaaditaan samoin ajattelevien ihmisten määrän kasvua. Trendit eivät kuitenkaan tarkoita sitä, että kehityssuunta säilyisi ikuisesti samanlaisena. Villin kortin iskiessä ihmisten käyttäytyminen voi muuttua nopeasti. Jos jotakin yllättävää tapahtuu, voidaan olla pulassa, jos on tarkkailtu vain trendejä. (Hiltunen 2017, 57.)

Kulttuurin ja trendin ero on, että kulttuuri on vakiintunut osa sivistyspohjaa. Kulttuuria ei voi sivuuttaa uusien trendien noustessa. Trendit elävät siihen asti, kunnes niihin kyllästytään, ne tulevat syrjäytetyksi tai niistä tulee vakiintunut osa kulttuuria. Megatrendeillä tarkoitetaan trendejä, jotka kestävät vuosikymmeniä tai kokonaisen vuosisadan. Ne muokkaavat aikaansa ja antavat suuntaa tulevaisuudelle. Megatrendit väistyvät lopulta, kuten lyhyemmätkin trendit, mutta ne jättävät yhteiskuntaan pysyvämpiä rakenteita ja muotoutuvat osaksi kulttuuria. (Merisalo 2012, 17.)

3.2 Megatrendit

Megatrendit ovat vahvasti läsnä nykyhetkessä ja ne vaikuttavat eri elämänalueilla. Ne ovat maantieteellisesti laajalle levinneitä, mutta eivät kuitenkaan aina täysin globaaleja trendejä. Megatrendien pitkäkestoisuuden vuoksi voi varauksella olettaa, että ne kertovat jotain tulevaisuudestakin. Ne eivät kuitenkaan ole ikuisia, vaan voivat ajan myötä muuttua tai vaimeta. Tulevaisuuden tarkastelussa mielenkiintoista onkin, milloin tietty megatrendi kääntyy joksikin muuksi tai vaimenee. (Hiltunen 2012, 79.)

Megatrendien löytäminen on suhteellisen helppoa, kun ne ymmärretään suurina globaaleina muutoksina niin yhteiskunnallisessa, poliittisessa kuin taloudellisessakin kehityksessä. Tällöin tulee vain havainnoida suuria muutoksia, joita maailmassa on tällä hetkellä käynnissä. Megatrendin ja trendin ero ei kuitenkaan ole aina täysin selvä. Megatrendit ovat tavallaan monesta trendistä muodostuvia kimppuja ja ne sisältävät erilaisia alailmiöitä. Kuten trendejä, megatrendejä ei voida määrittellä yksittäisiä toimijoita tarkastelemalla, vaan ne ovat laajoja kokonaisuuksia, jotka saattavat sisältää jopa toisilleen vastakkaisia tapahtumaketjuja. (Rubin s.a.)

3.3 Kuluttajatrendit

Kuluttajatrendit ovat muutoksia kuluttajien käyttäytymisessä. Ne ovat tilastollisten trendien ja kuluttajakäyttäytymisen havaintojen yhdistelmä. Kuluttajatrendejä voidaan havaita esimerkiksi tarkastelemalla kuluttajien ja erityisesti edelläkävijöiden käytöstä. Kuluttajatrendin huomaaminen tapahtuu yleensä havaintojen kautta. Jokin asia alkaa yleistyä ihmisten keskuudessa. Kuluttajatrendin jostain osasta voi olla saatavilla tilastoja. Mediasta ja somesta löytyy sisältöä trendiin liittyvistä aihealueista. Edelläkävijöiden jälkeen nuoretkin tekevät tiettyä asiaa ja lopulta huomaa, että naapurikin käyttäytyy samalla tavalla. Kuluttajatrendit ovat siis sitä, mitä moni kuluttaja tekee samaan aikaan. Niihin vaikuttavat kuluttajajoukon jäsenien henkilökohtaisten ja psykologisten tekijöiden muutokset sekä joukon välinen ryhmädynamiikka. (Hiltunen 2017, 63–64.)

Markkinatutkimusta kuluttajista tehdään monilla menetelmillä. Niiden avulla saadaan jotenkin tietoa kuluttajien ostokäyttäytymisestä. Ne eivät kuitenkaan ole täysin päteviä, sillä totuus voi vääristyä, kun kuluttajan annetaan itse kertoa ostokäyttäytymisestään. Kuluttaja voi joko tahallisesti tai tahattomasti vääristellä omaa käytöstään. Voi olla, että hän esimerkiksi kaunistelee ostokäyttäytymistään tai ei ymmärrä tutkimuskysymystä. Markkinatutkimuksissa kuluttajilla on esimerkiksi tapana arvioida tuotteen ympäristöystävällisyyden merkitys huomattavasti korkeammalle kuin todellisessa ostotilanteessa. Toinen ongelma markkinatutkimuksissa on niiden subjektiivisuus. Asteikolla yhdestä kymmeneen toisen nelonen voi vastata toisen kuluttajan seitsemää. (Hiltunen 2017, 15–16.)

3.4 Heikot signaalit

Heikot signaalit ovat merkkejä jostain mahdollisesti nousevasta teemasta, josta saattaa tulla tulevaisuudessa merkittävä. Heikot signaalit täydentävät trendien tarkastelua ja niitä voidaan käyttää tulevaisuuden ymmärtämiseen. Ne ovat jo tapahtuneita asioita, jotka saattavat tuntua oudoilta, yllättäviltä tai pöyristyttäviltä. (Dufva 2018.)

Heikko signaali on ensimmäinen merkki muutoksesta. Ne kertovat uusista asioista maailmassa ja voivat olla tavallisia asioita, kuten pieniä lehtijuttuja, havaintoja uusista käytännöistä tai huhuja. Heikot signaalit usein murtavat vakiintuneita ajatusmalleja ja siksi niihin saatetaan suhtautua

kielteisesti tai vähättelevästi. Organisaatioissa heikoista signaaleista ei usein haluta puhua niiden outouden vuoksi. On helpompaa lyödä vetoa sellaisten trendien puolesta, jotka ovat jo kaikkien havaittavissa. Heikkojen signaalien seuraaminen on kuitenkin oleellista, sillä niillä voi pelata aikaa tulevaisuuden suhteen. Parhaassa tapauksessa yritys pystyy jo ennen kilpailijoita hyödyntämään uutta kehityssuuntaa, jos se seuraa heikkoja signaaleja. Jos taas yritys huomaa heikkojen signaalien kautta ei-toivotun kehityssuunnan, pystyy se vaikuttamaan muutoksen suuntaan. (Hiltunen 2017, 64–65.) Yksittäinen heikko signaali ei kerro vielä paljoa. Heikkojen signaaleja kerätessä tulisi niitä pyrkiä yhdistelemään, analysoimaan ja pohtimaan, voivatko ne kertoa jostakin nousevasta trendistä. Kun heikkoja signaaleja kerätään, niistä voidaan muodostaa trendiaihioita. Trendiaihoiden pohjalta voidaan muodostaa tulevaisuuskuvia ja miettiä polkuja eli skenaarioita näihin tulevaisuuskuviin. (Hiltunen 2012, 129–130.)

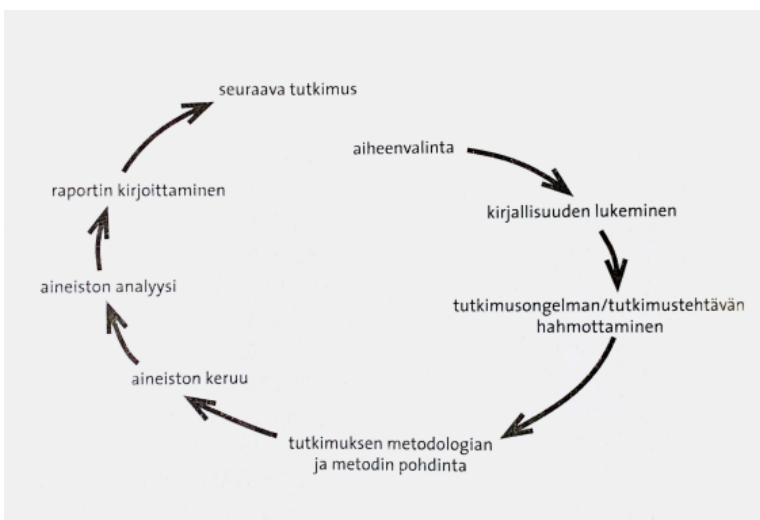
4 Tutkimus

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, ovatko cocktailit eli alkoholilliset juomasekoitukset kasvava trendi Helsingin keskustan anniskeluravintoloissa. Lisäksi halutaan tietää, minkälaisia cocktaileja ihmiset tällä hetkellä nauttivat. Luvussa käsitellään työn tutkimusosassa käytettäviä menetelmiä, joilla aineisto työhön kerätään ja joiden avulla pyritään saamaan vastauksia työn tutkimuskysymyksiin.

4.1 Tutkimustyyppi ja -menetelmät

Opinnäytetyön tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Työssä käytetään kahta erilaista tutkimusmenetelmää aineiston keräämiseksi. Menetelmiä valittiin enemmän kuin yksi, sillä uskotaan, että vain yhdellä menetelmällä ei saataisi riittävän kattavia tuloksia. Työssä käytettävät menetelmät ovat puolistrukturoitu tutkimushaastattelu sekä haastattelun tueksi dokumenttianalyysi aiheeseen liittyvästä julkaisusta.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ajatuksena on todellisen elämän kuvaaminen. Laadulliseen tutkimukseen sisältyy oletus todellisuuden moninaisuudesta. Laadullista tutkimusta tehtäessä todellisuutta ei voi kuitenkaan pilkkoa mielivaltaisesti osiin. Tapahtumat vaikuttavat toinen toisiinsa ja todellisuudesta on mahdollista löytää monisuuntaisia suhteita. Laadullisessa tutkimuksessa käsiteltävää kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Nykyisin laadullinen tutkimus terminä sisältää vielä enemmän merkityksiä. Eri tieteenaloilla on omat kvalitatiivisen tutkimuksen traditionsa. Kvalitatiivinen tutkimus ei ole vain yhdenlainen tutkimus, vaan se muodostaa joukon moninaisia tutkimuksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161–162.) Kuvassa 4 on esitetty laadullisen tutkimuksen eteneminen tutkimuspiraalin avulla.



Kuva 4. Laadullisen tutkimuksen tutkimuspiraali (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

Yksi laadullisen tutkimuksen kulmakivistä, on tehtävien havaintojen teoriapitoisuus. Sillä tarkoitetaan sitä, millainen käsitys yksilöllä on ilmiöstä, minkälaisia merkityksiä tutkittavalle ilmiölle annetaan tai mitä menetelmiä käytetään. Laadullisessa tutkimuksessa saadut tulokset eivät ole siis riippumattomia käytetystä menetelmästä tai niiden käyttäjästä. Täysin objektiivista tietoa ei ole saavutettavissa, vaan kaikki on omalla tavallaan subjektiivista, sillä tutkimuksen tekijä päättää tutkimusasetelmasta oman ymmärryksensä varassa. Laadullisen tutkimuksen perusteluissa lähtökohtana on siis tutkimuksen teoriapitoisuus. Käytetty teoria voi olla hyvää tai huonoa, mutta tämä liittyy puolestaan tutkimuksen laadukkuuteen. (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

4.2 Puolistrukturoitu haastattelu

Lomakehaastattelun ja strukturoimattoman haastattelun välimuodosta puhutaan puolistrukturoituna tai puolistandardoituna haastatteluna. Tällaisessa haastattelussa kysymysten muoto on kaikille haastateltaville sama, mutta kysymysten järjestystä voidaan vaihdella. Kysymyksiä ei myöskään ole sidottu vastausvaihtoehtoihin, vaan haastateltavat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin. Puolistrukturoitua haastattelua voidaan kutsua myös teemahaastatteluksi. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 47.)

Teemahaastattelussa etuna on, että se ei määritä suoraan, onko haastattelu kvantitatiivinen vai kvalitatiivinen. Haastattelussa kaikkein oleellisinta on se, että se rakentuu tiettyjen teemojen ympärille. Teemahaastattelu tuo haastateltavien äänet kuuluviin ja ottaa huomioon heidän näkemyksensä asioista. Teemahaastattelu muistuttaa enemmän strukturoimatonta kuin strukturoitua haastattelua. Sitä pidetään kuitenkin puolistrukturoituna menetelmänä siksi, että aihealueet eli teemat ovat kaikille haastateltaville samat. Siitä puuttuu lomakehaastattelulle tyypillinen kysymysten tarkka järjestys ja muoto, mutta se ei ole täysin vapaa, kuten strukturoimaton haastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 48.)

On maku- sekä laadullisen tutkimuksen perinteisiin liittyvä kysymys, esitetäänkö kaikille haastateltaville kaikki suunnitellut kysymykset, pitääkö kysymykset olla samassa järjestyksessä tai pitääkö kysymysten sanamuotojen olla kaikille samat. Yhdenmukaisuuden vaatimus vaihtelee riippuen tutkimuksesta. Teemahaastattelussa ei kuitenkaan kysellä mitä tahansa, vaan kysymyksillä pyritään löytämään merkityksellisiä vastauksia tutkimustehtävään. Etukäteen valittujen teemojen tulisi perustua tutkimuksen viitekehykseen, eli siihen, mitä tutkittavasta ilmiöstä tiedetään jo. (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

4.3 Dokumenttianalyysi

Dokumenttianalyysi on menetelmä, jolla saadaan yleensä lisää tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Ai-neisto voi olla lähes mitä tahansa aiheelle lisäarvoa tuottavaa kirjallista materiaalia, kuten

esimerkiksi ylös kirjoitettuja haastatteluita, verkkosivuja, muistioita, artikkeleita tai raportteja. Dokumenttianalyyseissä näistä aineistoista pyritään tekemään päätelmiä. Tarkoituksena on analysoida dokumentteja järjestelmällisesti ja koota sanallinen kuvaus tutkittavasta asiasta. Dokumenttianalyysejä tehdessä voidaan erottaa toisistaan kaksi analyysimenetelmää, jotka ovat sisällönanalyysi ja sisällönerittely. (Oppariapu s.a.)

Sisällönerittely on dokumenttien analysointia, jossa kuvataan esimerkiksi tekstin sisältöä kvantitatiivisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018). Se tarkoittaa sellaista sisältöjen analyysia, jossa laajoja aineistoja voidaan käsitellä jopa tilastollista analyysia käyttäen. Aineistosta kootaan sisältöä koskevia luokkia, joiden välisiä suhteita tarkastellaan. Tällaista analyysia tehdään yleensä tietokoneavusteisesti erilaisten algoritmien avulla. Sisällönanalyysin ja -erittelyn välille on perusteltua tehdä jako laadulliseen ja määrälliseen analyysitapaan. (Vuori s.a.)

Sisällönanalyysin tarkoituksena on luoda sanallinen ja selkeä kuvaus aineistosta, joka kuvaa tutkittavaa ilmiötä. Aineisto pyritään järjestämään tiiviiseen ja selkeään muotoon kuitenkin kadottamatta siinä olevaa informaatiota. Laadullista aineistoa analysoidessa tarkoituksena on informaatioarvon lisääminen. Hajanaisesta aineistosta pyritään luomaan mielekäs, selkeä ja yhtenäinen informaatiokokonaisuus. Analyysillä pyritään myös tekemään selkeitä ja luotettavia johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

Laadullisen analyysin yhteydessä puhutaan usein deduktiivisesta ja induktiivisesta analyysistä. Nämä viittaavat tutkimuksessa käytettävään päättelyn logiikkaan. Induktiivisella tarkoitetaan yksittäisestä tapauksesta yleiseen johdettavaa päättelyä ja deduktiivisella yleisestä yksittäiseen tapaukseen johdettavaa päättelyä. Puhtaan induktion toimivuutta usein kyseenalaistetaan, sillä ajatellaan, ettei teoria voi syntyä ainoastaan havaintojen pohjalta. Deduktiivisen päättelyn ideaana on, että totuus säilyisi päättelyprosessissa koko ajan. Kolmas tieteellisen päättelyn logiikka on kuitenkin abduktiivinen päättely. Sen mukaan teorioiden muodostus on mahdollista, jos havaintojen tekoon liittyy johtoajatus. (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

5 Dokumenttianalyysi

Luvussa analysoidaan ajankohtaisia dokumentteja liittyen cocktailien suosioon Suomessa. Dokumentit ovat erilaisia alan lehtien ja yritysten julkaisuja. Dokumentteja analysoidaan laadullisin menetelmin käyttämällä sisällönanalyysia. Analysoidut dokumentit toimivat tukena opinnäytetyössä suoritettavalle tutkimushaastattelulle, jotta saadaan tehtyä mahdollisimman luotettavia johtopäätöksiä cocktailien suosiosta ja cocktailitrendeistä Helsingissä. Dokumentteja ei avata kokonaisuudessaan, vaan niistä poimitaan työhön cocktaileihin liittyviä otteita.

Työhön on siis valittu julkaisuja, joista voidaan saada tietoa cocktailien suosion kehityksestä. Julkaisuja valittaessa on pyritty siihen, että ne olisivat mahdollisimman ajankohtaisia. Käytännössä tämä tarkoittaa, että kaikki niistä ovat joko vuodelta 2022 tai 2023. Tämän vanhempia julkaisuja ei työssä oteta huomioon. Julkaisujen analysoinnissa keskitytään siihen, ovatko cocktailit kasvava trendi sekä millaiset cocktailit juuri tällä hetkellä menestyvät ravintoloissa. Julkaisuista pyritään myös etsimään ennustuksia siitä, miten cocktailien suosion arvioidaan kehittyvän tulevaisuudessa.

5.1 Kespron pikkujoulukauden myyntidata ja pikkujoulututkimus

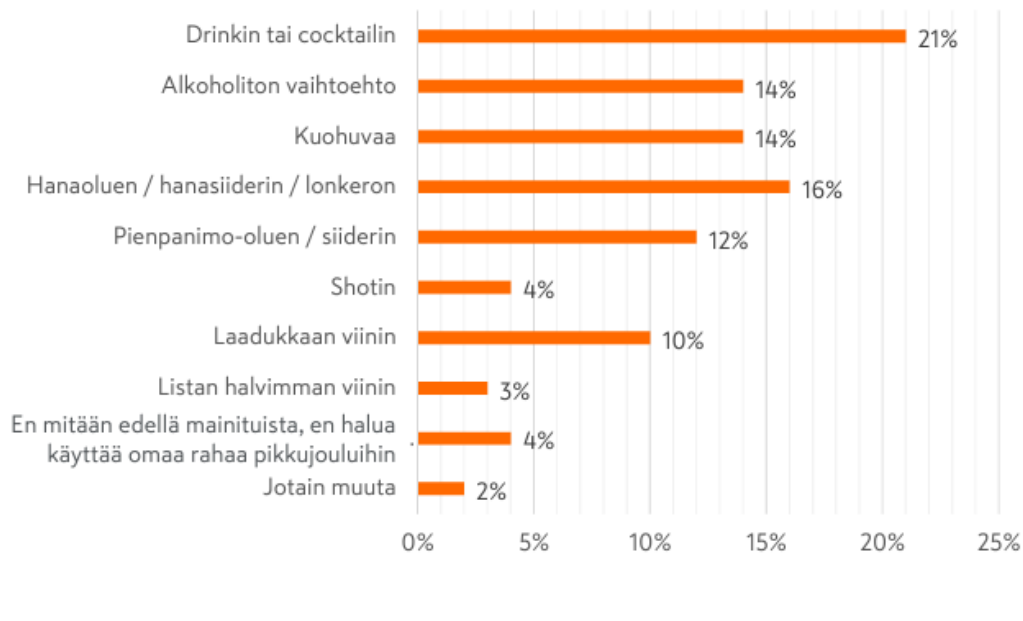
Kespro on julkaissut joulukuussa 2022 artikkelin, jossa on esitetty myyntidataa heidän ravintoloidensa juomamyynnin kehityksestä. Kespro on myös julkaissut vuoden 2022 loka-marraskuussa tehdyn tutkimuksen ihmisten tuntemuksia ja käyttäytymistä pikkujoulukaudella 2022. Tutkimukseen sisältyy osio, jossa kysellään ihmisten juomavalinnoista ravintoloissa.

Ravintoloiden juomamyynnissä kasvaa alkoholittomien oluiden ja drinkkien suosio. Kasvupiikin ravintoloissa vuonna 2022 tekivät alkoholiton olut, mikserit ja vedet. Mikserien myynti on noussut vuoden 2019 vastaavaan ajankohtaan 52 prosenttia. Drinkkejä on juotu uudella innolla ravintoloissa ja yökerhoissa koronan jälkeen. Uskotaan Hot Shotin kaltaisten vuosituhannen vaihteesta peräisin olevien klassikkojen uuteen nousuun. (Kespro 2022.) On merkittävää, että mikserien eli juomasekoitusten myynnin nousu on ollut kolmenvuoden aikana yli 50 prosenttia. Artikkelissa tosin viitataan myös vahvasti alkoholittomien juomien suosion nousuun, joka voi osaltaan syrjäyttää alkoholillisia juomasekoituksia.

Kespron pikkujoulututkimuksella kartoitetaan suomalaisten tuntemuksia vuoden 2022 pikkujouluseongista. Lyhyellä kyselyperiodilla ja nopealla raportoinnilla vähennetään annettujen vastauksien ja todellisen kuluttajakäyttäytymisen välisiä ristiriitoja. Tulokset ovat suuntaa antavia, mutta ne antavat varmuutta tapahtumajärjestäjille ihmisten odotuksiin vastaamisessa. (Kespro 2022.) Kespron pikkujoulututkimuksessa (2022) kysyttäessä sitä, minkä juoman kuluttaja valitsee baaritiskillä, oli suosituin yksittäinen vastausvaihtoehto drinkki tai cocktail. Yhteensä 21 prosenttia vastaajista

kertoo valitsevansa pikkujoulukaudella 2022 cocktailin. Kuvassa 5 on vastausten jakautuminen tutkimuksessa prosentteina.

n=1090



Kuva 5. Kuluttajien juomavalinta baaritiskillä pikkujoulukaudella 2022. (Kespro)

On merkittävää, että suurin yksittäinen ryhmä on ne, jotka valitsevat mieluiten baaritiskillä drinkin tai cocktailin. Vastajat jakautuvat melko tasaisesti neljään eri alueeseen, eli kyselyä ei ole tehty pelkästään helsinkiläisille. K-ryhmä, johon Kespro kuuluu, on kuitenkin luotettava taho ja tutkimus on toteutettu näyttää hyvin toteutetulta. Vaikka tutkimus rajoittuu vain pikkujoulukauteen, on loogista olettaa, että tilanne ei välittömästi pikkujoulukauden päätyttyä muutu toisenlaiseksi. Tästä voisi vetää johtopäätöksen, että cocktailit ovat ainakin jonkinlainen trendi. Vaikka vähäalkoholisuu- den ja alkoholittomuuden trendistä on puhuttu jo useamman vuoden, jäi alkoholiton vaihtoehto tutkimuksessa kuusi prosenttiyksikköä cocktailvaihtoehdon taakse.

5.2 Shaker-lehden juomatrendit 2022

Shaker-lehden helmikuussa 2022 julkaistussa artikkelissa tämän hetken juomatrendeistä on cocktailit vahvasti esillä. Artikkelissa puhutaan myös ruoan ja cocktailien yhdistämisestä nousevana ilmiönä. Artikkelin on julkaistu alkuvuodesta 2022, joten sen voisi olettaa olevan melko ajankohtainen vielä alkuvuodesta 2023.

Tällä hetkellä kokeillaan rohkeasti ruoan ja cocktailien yhdistämistä. Se ei kuitenkaan ole täysin uusi ilmiö, vaan cocktailien ja fine diningin yhdistelmää on tarjottu jo 2010-luvulla. Cocktailien

merkitys kasvaa ruokaravintoloissa ja baarin ruokatuote nostaa arvoaan. Pandemian jälkilöylyissä halutaan paikka, jossa voidaan turvallisesti syödä ja juoda koko ilta. Ruokien elementit näkyvät myös cocktaillasisissa. (Hujanen 2022.)

Highball, jossa on alkoholia ja kuplivaa pidentäjää puhuttelee nyt kuluttajia raikkautensa ja keveysensä ansiosta. Gin & Tonic on ollut pitkään jo pinnalla, mutta nyt suosiossa ovat esimerkiksi viski-pohjaiset highballit, kuten Scotch & Soda. Trendi on lähtöisin Aasiasta, kasvanut suureksi Yhdysvalloissa ja lopulta päätynyt myös Eurooppaan. Kevyet juomat sopivat nykyiseen ajatteluun, jossa nautitaan vähemmän mutta laadukkaampaa alkoholia. (Hujanen 2022.)

Artikkeli antaa ymmärtää, että cocktailien nauttiminen on tällä hetkellä trendikästä ja sitä ollaan tuomassa enemmän myös ruoan kanssa nauttavaksi. Shaker on yksi ravintola-alan ajankohtaisimmista lehdistä, joten lähteen luotettavuudessa ei ole ongelmaa. Kun mietitään taas millaiset cocktailit ovat nyt pinnalla, nostaa artikkeli esiin highballit, joita on esitelty opinnäytetyön tietoperustassakin erillisenä cocktailkategoriana.

5.3 Ennusteita vuoden 2023 juomatrendeistä

Baareissa klassikkodrinkit vuosituhanen vaihteesta nauttivat uudesta suosioista. Cocktaileihin tarkoitettujen juomien myynti on noussut huimasti. Pandemiahuipun jälkeen drinkkejä siemaillaan uudella innolla ravintoloissa ja yökerhoissa. Vuosituhannen vaihteen eksoottisetkin drinkit menevät kuin kuumille kiville. Viime vuonna suosioon nousivat spritz-juomat ja Aperol Spritzin rinnalle tuli uusia spritz-juomia. Tulevana kesänä spritz-juomat tulevat olemaan taas suuressa suosiossa ja ravintoloiden kannattaakin panostaa niihin. (Kespro 2022.)

Kespron mukaan siis klassikkodrinkit tekevät uutta nousua ravintoloissa, mutta eksoottisetkin drinkit ovat suosittuja. Spritz-juomat mainitaan artikkelissa erikseen ja niiden suosioon etenkin kesäkaudella uskotaan. Kyseessä on jo toinen lyhyen ajan sisään julkaistu Kespron artikkeli, jossa kerrotaan cocktailien suosioista. Artikkeli on julkaistu joulukuussa 2022, mutta sen pääviesti on suunnattu vuodelle 2023. Tällaisen julkaisun pohjalta voi tehdäkin päätelmän siitä, että cocktailitrendi tulee jatkumaan myös vuonna 2023.

Baareissa cocktailitrendi tulee näkymään hanacocktailien suosiona. Suomessa löytyy muutamia baareja, joissa cocktail tarjotaan hanasta suoraan lasiin kuten olut. Panostetaan myös yhden tai kahden väkevän tuotteen craft-baareihin, eli baari on erikoistunut vain tietyistä maista tuleviin tai tiettyntyyliisiin cocktaileihin. Spritz cocktailien trendi jatkuu myös tulevana vuonna ja siihen tulee uusia variaatioita. Kuluttajat etsivät uusia ja innovatiivisia makuja, eli juoman aistinvarainen kokemus on noussut vahvaan asemaan. (Viinimaa 2023.)

Viinimaa-sivusto ottaa esiin cocktailtrendin myös puhuttaessa vuoden 2023 juomatrendeistä. Samalla tavalla kuin Kespro, mainitaan tässäkin artikkelissa spritz-juomat merkittävänä cocktailien alatrendinä. Artikkelissa tuodaan esille uutena ilmiönä myös suoraan hanasta laskettavat cocktailit. Kuitenkin siis luettaessa tulevan vuoden juomatrendeistä, nousee useammassa lähteissä esille cocktailit. Suuresta käsitteestä cocktailit, pystytään myös eri lähteissä nimeämään siihen kuuluvia alatrendejä.

Spritz-juoman tekee trendikkääksi keveys, helppous ja vapaus luoda erilaisia yhdistelmiä. Juoma syntyy kolmesta ainesosasta: katkerosta tai likööristä, prosecco-kuohuviinistä ja soodavedestä. Matala-alkoholisuus tekee spritzistä kevyen ja sitä voi nauttia myös täysin alkoholittomana. Luontaiset aromit ovat trendikkäitä juomamaailmassa. Appelsiini ja lime ovat spritz-juomissa jo tuttuja makuja, mutta nyt mukaan ovat tulossa myös verigreippi ja yuzu. Näyttävyyttä myös ajaa spritz-juomien trendiä. Hyvän makunsa lisäksi ne myös näyttävät hyvältä lasissa. (Tiirikka 2023.) Edellä oleva teksti on ote Alkon juomatrendeistä vuodelle 2023. Alko nimeää myös spritz-juomat isoksi trendiksi tämän hetken cocktaileissa. Alko ei juomatrendeissään sen enempää mainitse cocktaileja ilmiöksi tulevalle vuodelle. Spritz-juomat tulevat terminä vastaan useammassa lähteessä, joten niiden voisi olettaa olevan suuressa suosiossa.

Ihmisten maku on tottunut kuivempaan. Nykyisin ollaan myös vastaanottavaisempia ja halukkaampia kokeilemaan uusia asioita. Klassikkococktailien uudelleen tuleminen on ollut suuressa roolissa kuivempiin juomiin tottumisen vuoksi. Negroni on ollut vuosi kovassa suosiossa. Se on vahva ja kuiva juoma, jonka kautta makumaailma on alkanut laajentua. Klassikkococktailien lisäksi katkero on myös päätenyt pidempien ja raikkaampien juomien ainesosaksi. Aperol Spritzin suuri suosio on avannut tietä muillekin katkeroille. (Hujanen 2022.)

Shaker-lehden artikkelissa (3.11.2022) nostetaan esille katkerot cocktailtrendinä. Kuten aikaisemmissakin julkaisuissa, klassikkococktailien suosion kerrotaan olevan tällä hetkellä korkealla tasolla ja spritz-juomat mainitaan jälleen. Tutkittujen artikkelien pohjalta voi siis alkaa tekemään jo päätelmiä, että etenkin klassikkococktailit sekä spritz-juomat ovat trendikkäitä tällä hetkellä cocktailkulttuurissa. Artikkelin käänköpuoli on se, että siinä keskitytään paljolti yhden henkilön näkemykseen cocktailien suosioista. Jos artikkelista olisi halunnut yleisesti pätevemmän, olisi mukaan voinut tuoda useamman alan ammattilaisen mielipiteen.

5.4 Johtopäätöksiä dokumenteista

Useasta lähteestä löytyy viitteitä siitä, että tällä hetkellä ainakin Suomessa on menossa jonkinlainen cocktailtrendi. Etenkin pandemian jälkeisessä ajassa kuluttajien uskotaan olevan halukkaita kokeilemaan uusia asioita ja cocktailit, joissa voidaan yhdistellä erilaisia makuja, sopivat tähän

ajatteluun. Työhön on poimittu otteita kuudesta julkaisusta ja niistä oli löydettävissä samankaltaisuuksia. Esimerkiksi klassikkodrinkit ja spritz-juomat nousivat toistuvasti esiin, joka kertoo niiden ajankohtaisuudesta. Matala-alkoholisuus korostui myös trendinä ja sen soveltaminen cocktaileihin.

6 Tutkimushaastattelu

Dokumenttianalyysin lisäksi työn toisena menetelmänä on tutkimushaastattelu. Haastattelurunko on puolistrukturoitu, eli se sisältää 10 ennalta määrättyä kysymystä, jotka esitettiin kaikille haastateltaville samassa järjestyksessä. Kysymykset olivat kuitenkin avoimia, eli niissä ei ollut valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan haastateltavat saivat vastata kysymyksiin haluamallaan tavalla. Kysymykset pyrittiin luomaan niin, että ne vastaisivat mahdollisimman hyvin tutkimusongelmaan. Haastattelukysymykset luotiin maaliskuussa 2023 ja haastattelut toteutettiin huhtikuussa 2023. Kolme haastatteluista toteutettiin kasvotusten ja yksi sähköpostin välityksellä. Liitteessä 1 on haastatteluissa esitetyt kysymykset.

Haastatteluihin osallistui neljä henkilöä. Haastateltavat valittiin heidän kokemuksensa, työtehtävänsä ja juomatuntemuksensa perusteella. Joukossa oli yksi ravintolapäällikkö ja neljä baaritarjoilijaa, jotka kaikki työskentelevät Helsingin keskusta-alueen ravintoloissa. Kaksi haastateltavista työskentelee tällä hetkellä yökerhossa ja heidän taustansa on muutenkin yökerhopainotteinen, kun taas kahdella muulla on kokemusta enemmän ruokaravintoloista. Haastateltavista kahdella on jo noin kymmenen vuoden kokemus alalta. Tämän tarkemmin haastateltavia ei työssä esitellä, jotta heidän anonymiteettinsä eli tunnistamattomuutensa säilyisi. Haastattelut toteutettiin yksitellen, eli haastatteluun vastanneet eivät olleet tietoisia toisistaan tai tienneet toistensa vastauksia kysymyksiin. Neljä henkilöä ei ole suuri otanta, mutta joitakin päätelmiä heidän vastauksistaan voi tehdä. Haastateltavat osasivat myös hyvin vastata kysymyksiin ja pysyä käsiteltävässä aiheessa.

Luvussa käydään läpi haastattelukysymyksiin saatuja vastauksia kysymys kerrallaan ja vertaillaan vastauksia keskenään. Esitettävät tulokset ovat yleiskieliseen muotoon kirjoitettu koonti litteroidusta haastatteluaineistosta. Tulokset esitetään pääosin sanallisessa muodossa, mutta joitakin tuloksia pyritään esittämään myös visuaalisessa muodossa.

6.1 Haastateltavien kokemus alalta Helsingissä

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin kultakin haastateltavalta, kuinka pitkä ura tällä on cocktailien parissa. Ruokapainotteisissa ravintoloissa työskentelevillä kahdella haastateltavalla on kummallakin noin 10 vuoden kokemus alalta ja toisella heistä on kokemusta myös cocktailbaareista. Yökerhohaastateltavat eivät ole yhtä kokeneita alalla, mutta heiltäkin löytyy viiden ja kuuden vuoden kokemus yökerhoista. Huomioon kysymyksessä otettiin nimenomaan kokemus Helsingin ravintoloista, sillä työn aihe keskittyy Helsinkiin.

6.2 Cocktailkulttuurin muuttuminen Helsingissä

Ensimmäisessä kysymyksessä, jossa kysyttiin, miten cocktailkulttuuri on muuttunut Helsingissä haastateltavien urien aikana, olivat kaikki sitä mieltä, että cocktailkulttuuri kehittyy Helsingissä jatkuvasti. Cocktailkulttuurin muuttajina nousivat esiin esimerkiksi kansainvälinen vuorovaikutus ja sosiaalinen media. Ulkomaisten alan vaikuttajien vieraillessa Suomessa, rantautuu etenkin Helsinkiin uusia cocktailtrendejä. Myös kuluttajien seurattessa sosiaalista mediaa, näkevät he esimerkiksi näyttäviä kuvia hienoista cocktaileista, joka saa kuluttajat haluamaan niitä. Sosiaalinen media nähtiin erityisesti vaikuttavana tekijänä yökerhoissa työskentelevien haastateltavien keskuudessa. Uusien cocktailtrendien ilmaantuessa ja levitessä niitä kysellään lähes välittömästi yökerhon baaritiskillä.

Myös terveellisyys ja ihmisten kasvanut kiinnostus hyvinvointia kohtaan nousi esiin yhdellä vastaajalla. Hänen mukaansa terveellisyys ilmiönä muuttaa alkoholikulttuuria, ja ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia matala-alkoholisista tuotteista. Kiinnostus vähäalkoholisuutta kohtaan on mielenkiintoinen vastaus, sillä jos ihmiset eivät halua enää kuluttaa alkoholia samalla tavalla kuin ennen, voi tämä koitua jossain vaiheessa uhaksi perinteisille cocktaileille, joihin sisältyy usein väkevää alkoholia.

6.3 Cocktailien suosio suhteessa muihin alkoholijuomiin nykyisessä työpaikassa

Kysyttäessä cocktailien suosioista nykyisessä työpaikassa, oli vastauksissa vaihtelua riippuen siitä, missä vastaajat ovat töissä. Yökerhoissa cocktaileja kulutetaan jatkuvasti muiden tuotteiden ohella, mutta ne ovat usein melko yksinkertaisia kahden ainesosan sekoituksia. Tyypillisimmillään cocktail yökerhossa on annos väkevää alkoholia, jota jatketaan jollakin pidentäjällä. Cocktailien suosio yökerhoissa on siis melko tasainen, mutta perinteisempiä juomatuotteita kuten esimerkiksi hanatuotteita kulutetaan hieman enemmän.

Ruokaravintoloissa työskentelevien kahden vastaajan mukaan cocktailien suosio heidän työpaikoissaan on enemmän sidottu sesonkeihin. Kesä on cocktailien aikaa muun muassa terassien ollessa auki ja kelien ollessa lämpimät. Kesällä cocktailit saattavat lähestyä suosiollaan jopa viinien kulutusta. Talvella cocktailit eivät kuitenkaan ole ruokaravintolapuolella yhtä suosittuja. Toinen vastaajista nosti esiin pikkujoulukauden, joka on suurien ryhmien ja ennalta tehtyjen tilausten aikaa. Tällöin viinit ja oluet ovat suosittuimpia helppoutensa vuoksi. Cocktailien tuomista osaksi pikkujoulukautta pohdittiin. Ryhmille olisi pystyttävä tekemään helposti lähestyttäviä cocktailpaketteja, jotka eivät nostaisi liikaa kokonaisuuden hintaa.

6.4 Onko cocktailien suosio noussut vai laskenut Helsingissä viime vuosina?

Kun kysyttiin, kokevatko haastateltavat cocktailien suosion Helsingissä nousseen viime vuosina, olivat kaikki lähes yksimielisiä siitä, että cocktailien suosio nousee jatkuvasti. Yksi vastaajista ei kokenut suosion nousua niin suureksi kuin kolme muuta. Hän työskentelee yökerhossa ja oli sitä mieltä, että cocktaileilla on jo pitkään ollut tasainen suosio yökerhoissa.

Yhtenä syynä cocktailien suosion nousuun nähtiin ihmisten asenteen muutos alkoholia kohtaan. Kuluttajat ovat halukkaampia maksamaan enemmän laadusta kuin määrästä ja tähän ajatteluun cocktailit sopivat monipuolisuutensa ansiosta. Toisena syynä mainittiin ulkomailta tulevat vaikutteet ja edelleen sosiaalinen media. Näiden avulla cocktailien asema on arkipäiväistynyt ihmisten kulutuksessa, eivätkä ne ole enää pienen porukan taidetta cocktailbaareissa. Ruokaravintolassa työskentelevä haastateltava katsoi, että cocktailit käyvät nykyisin myös ruokajuomana siinä missä viini tai olutkin. Ennen cocktailit ovat hänen mukaansa olleet enemmän juhlahetkinä nautittavia erikoisuuksia.

6.5 Vuodenaikojen tai muiden ajankohtien vaikutukset cocktailien kulutukseen

Ruokaravintoloissa työskentelevät haastateltavat näkevät, että kesä on cocktailien kulutuksessa parasta aikaa. Kun terassit ovat auki ja sää on lämmin, haluavat ihmiset nauttia tyylikkään näköisiä juomia. Vuodenajoilla katsottiin olevan myös vaikutusta cocktailien luonteeseen ja makuprofiiliin. Kesäisin suosituimpina cocktail-tyyppinä nimettiin spritzit ja highballit. Nämä siksi, koska ne ovat usein näyttäviä, värikkäitä sekä maultaan raikkaita. Talvella cocktailien kulutuksessa korostuvat alkoholipitoisemmat ja maultaan voimakkaammat juomat. Myös lämpimänä nautittavat cocktailit ovat suosituimpia talvella.

Yökerhoissa työskentelevät vastaajat eivät näe yhtä vahvasti vuodenaikojen vaikuttavan cocktailien kulutukseen. Yökerhoissa cocktailit ovat usein yksinkertaisia kahden ainesosan sekoituksia, joita nautitaan tasaisesti ympäri vuoden. Yökerhoissa ei ole nähtävissä myöskään niin suurta vaihtelua siinä, minkälaisia cocktaileja ihmiset haluavat. Yökerhoissa tehtävät cocktailit ovat ylipäänsä vuoden ympäri highball-tyyppisiä cocktaileja, eli niidenkään suosio ei ole kesäisin selvässä nousussa.

6.6 Minkä makuiset cocktailit ovat suosituimpia tällä hetkellä?

Ruokaravintolapuolella työskentelevät haastateltavat nimesivät keustosuosikeiksi cocktailien makuprofiilissa happaman ja kirpeän. Vaikka ihmisten makutottumukset muuttuvat ja kehittyvät, ovat kirpeät, esimerkiksi sitrushedelmistä happamuutensa saavat cocktailit aina menestyneitä. Uudempana suosikkina nimettiin katkerot. Ihmiset ovat innostuneet katkeroisesta mausta esimerkiksi

italialaisten katkeroiden ja niistä valmistettavien raikkaiden juomien myötä. Yhtenä esimerkkinä mainittiin Aperol Spritz. Makeilla juomilla on suosiota jonkin verran etenkin nuorten keskuudessa, mutta makeat elementit ovat selvästi menettäneet suosiotaan. Toinen ruokaravintolassa työskentelevistä haastateltavista näki tähän syynä terveellisyden trendin. Makea maku juomissa yhdistetään sokeriin ja korkeampaan kalorimäärään, joka ei sovi terveellisiin elämäntapoihin.

Yökerhoissa työskentelevät haastateltavat näkivät myös kirpeät cocktailit keustosuosikkeina. Katkeroiden suosio näkyy yökerhoissa kuitenkin vain rajatusti. Sen sijaan makeat cocktailit ovat edelleen suosiossa. Yökerhoissa tehtävät cocktailit, joissa sekoitetaan jotakin alkoholia esimerkiksi hiilihapolliseen mikseriin, ovat usein makuprofiililtaan melko makeita, mutta niiden suosio silti säilyy vuodesta toiseen.

6.7 Ovatko lyhyet vai pitkät cocktailit tällä hetkellä suosituimpia?

Kolme neljästä haastateltavista oli sitä mieltä, että tämän hetken trendi on pidemmät cocktailit. Etenkin erilaiset highballit ja spritz-juomat ovat suosittuja kuluttajien keskuudessa. Lyhyemmillä cocktaileilla, kuten ravistettavilla soureilla ja vahvasti alkoholisilla hämmennettävillä cocktaileilla on edelleen kuitenkin omat kuluttajansa. Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, että niin pitkällä kuin lyhyemmälläkin cocktaileilla on oma asiakaskuntansa, eikä kumpikaan juomatyyppejä ole merkittävästi toista suosituimpia. Hän työskentelee ruokaravintolassa.

6.8 Yleisimmät valmistusmenetelmät tällä hetkellä

Kaikki neljä haastateltavaa olivat sitä mieltä, että tällä hetkellä suoraan lasiin rakennettavien cocktailien suosio on kaikkein suurta. Yksi haastateltavista nosti esiin myös jo valmiiksi pullotetut, ready to drink -tyyppiset cocktailit. Ne ovat tosin vasta melko uusi ilmiö, eivätkä niinkään vielä trendi. Rakennettavien juomien jälkeen haastateltavat pitivät ravistettavia cocktaileja toiseksi suosituimpana valmistusmenetelmänä. Hämmennettäviä cocktaileja tehdään ruokaravintolapuolella jonkin verran, mutta yökerhoissa ei juuri lainkaan.

6.9 Suosituimmat alkoholit cocktaileihin

Kaikkien haastateltavien vastausten perusteella suosituimmat alkoholit, joista asiakkaat tällä hetkellä cocktaileja haluavat, ovat gini ja vodka. Ne ovat olleet jo pidemmän aikaa keustosuosikkeja Suomessa. Ruokaravintolapuolelta vastanneet haastateltavat luettelivat nouseviksi ilmiöiksi myös erilaiset viskit ja rommit. Myös matala-alkoholiset liköörit ja katkerot ovat pienessä nousussa mahdollisesti terveellisyys- ja hyvinvointitrendin ansiosta. Yökerhopuolella viskiä ei juuri kuluteta, mutta rommia joissakin määrin. Kuitenkin erilaiset sekoitukset vodkasta ovat yökerhopuolella suosituimpia. Kuviossa 1 on havainnollistettu tämän kysymyksen vastauksia visuaalisesti.



Kuvio 1. Suosituimmat alkoholit cocktaileihin

6.10 Miten cocktailien kulutus muuttuu Helsingissä tulevana vuosina?

Ruokavintolapuolella cocktailien uskotaan olevan koko ajan arkisempi ja helposti lähestyttävämpi vaihtoehto. Kuluttajat haluavat kokeilla uusia asioita ja cocktaillistojen tekemisessä saa olla entistä luovempi. Kuitenkin myös klassikkocktaileilla on vakiintunut asiakaskuntansa ja niitäkin tulee olla saatavilla. Toinen ruokavintolahaastateltavista oli sitä mieltä, että pitkällä aikavälillä cocktailien kulutus voi jopa laskea, sillä nuorten keskuudessa vallitsee jo monesti mainittu terveellisyystrendi, jossa alkoholittomuudella on iso merkitys.

Yökerhopuolen haastateltavilla ei alkoholittomuustrendi juurikaan noussut esiin, vaan etenkin yksinkertaisten ja tunnettujen cocktailien suosioon uskotaan. Kuitenkin yökerhoissakin voi kokeilla uudenlaisiakin cocktailvaihtoehtoja. Toisen haastateltavan mukaan yökerhoissakin kuitenkin näkee, että asiakkaat ovat enemmän kiinnostuneempia laadusta kuin ennen. Nykyisin ei välttämättä haluta halvinta mahdollista, vaan hyvän makuista. Cocktaileja pääsee siis tekemään koko ajan laadukkaammista raaka-aineista.

7 Pohdinta

Luvussa käydään läpi tutkimuksessa saavutetut tulokset ja kootaan niitä yhteen. Lisäksi arvioidaan työn luotettavuutta ja toistettavuutta validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden kautta. Lopuksi arvioidaan opinnäytetyöprosessia, sen onnistumista sekä omaa oppimista prosessin aikana.

7.1 Tulosten yhteenveto ja johtopäätökset

Dokumenttianalyysin ja neljän haastattelun avulla saatiin vastauksia tutkimuksessa asetettuihin tavoitteisiin. Haastateltavat henkilöt suhtautuivat haastatteluihin oikealla vakavuudella ja pystyivät vastaamaan hyvin annettuihin kysymyksiin, joka oli oleellista opinnäytetyön onnistumisen kannalta. Vastauksissa oli havaittavissa samankaltaisuuksia samantyyppisissä ravintoloissa työskentelevien haastateltavien välillä. Toisaalta taas erityyppisissä ravintoloissa työskentelevien vastaukset saattoivat poiketa toisistaan. Tämä oli toisaalta jo odotettavissa, kun haastatteluja lähdettiin tekemään.

Dokumenttianalyysissa saadut tulokset ovat yleistettävämpiä kuin tutkimushaastatteluiden tulokset. Dokumentit, joita analyysiin kerättiin eivät rajoitu Helsinkiin, vaan koskevat pitkälti koko Suomea. Pelkästään Helsingin keskustaa koskevia cocktaileihin keskittyviä dokumentteja olisi ollut lähes mahdotonta löytää. Tulosten silti uskotaan pätevän myös Helsinkiin, sillä pääkaupunkina Helsinki on se, minne esimerkiksi ulkomailta tulevat trendit ensimmäisenä saapuvat.

Niin dokumenttianalyysista kuin haastatteluista saatujen tulosten perusteella voisi sanoa, että cocktailit ovat merkittävä osa tämän hetken juomakulttuuria Helsingissä. Haastatteluissa nousi esiin, että cocktail on yhä arkisempi osa ravintola-alaa ja ilmiön uskotaan jatkuvan myös tulevaisuudessa. Dokumenttianalyysissa myös cocktailit sisällytettiin useammassa lähteessä ainakin vuoden 2023 juomatrendeihin. Suurin cocktailtrendi näyttäisi olevan pitkät, kuplivat ja raikkaat juomat. Eniten esille nousseet termit olivat highball ja spritz. Nämä cocktailityypit ovat yleensä suoraan lasiin rakennettavia, ja rakentaminen nousikin haastatteluissa yleisimmäksi valmistustavaksi.

Voi olla, että tulevaisuudessa kuitenkin cocktailit tulevat olemaan matala-alkoholisempia kuin ennen. Hyvinvointitrendi tuli esille niin dokumenteissa kuin haastatteluissakin. Cocktail- ja hyvinvointitrendin yhdistyessä spritz-juomat ja highballit ovat luonnollisesti suosittuja. Kummatkin ovat keveitä ja yleensä matala-alkoholisia juomatyyppejä. Niitä pystyy myös muokkaamaan helposti makunsa mukaan, joka sopii kuluttajien lisääntyneeseen kokeilunhaluisuuteen. Esimerkiksi highball ei ole juomatyyppinä sidoksissa tiettyihin raaka-aineisiin, vaan se viittaa juoman rakenteeseen. Ainesosia voi vaihdella makunsa mukaan.

7.2 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetti on hyvä silloin, kun kohderyhmä ja kysymykset ovat oikeanlaiset. Validiteettia arvioidessa kohdistetaan usein huomio siihen, kuinka hyvin tutkimuksessa käytettävät menetelmät vastaavat tutkittavaa ilmiötä. Tutkimuksessa käytettävä menetelmä ei itsessään tuota tietoa, vaan menetelmän valinta perustuu siihen, millaista tietoa halutaan. Validiteetin totaalisesti puuttuessa tutkimus on arvoton ja tällöin tutkitaan jotain aivan muuta, kuin alun perin oli tarkoitus. Puutteellinen validiteetti tarkoittaa, että tutkimus kohdistuu enemmän tai vähemmän sivuun tutkittavasta aiheesta. (Hiltunen 2009.)

Katsoisin, että tehdyssä tutkimuksessa on validiteettia, mutta se ei ole täydellinen. Valitut haastateltavat vastaavat juuri sitä kohderyhmää, joka on kykenevin antamaan vastauksia tutkimusongelmaan. Haastatteluita oli helpompi lähestyä työntekijäpuolelta, kuin lähtemällä haastattelemaan kuluttajia. Ravintoloiden työntekijät tapaavat työssään kuluttajia ja osaavat täten kertoa heidän kuluksistaan. Suoraan kuluttajia haastatteleamalla olisi voitu tarvita satojen ihmisten otos, johon ei ollut aikaa tai resursseja. Dokumenttianalyysiin valitut julkaisut osuvat myös melko lähelle tutkimusongelmaa, mutta antavat isompaa kuvaa kuin tutkimushaastattelu, sillä dokumentit eivät keskity ainoastaan Helsinkiin. Suomea käsittelevistä dokumenteista voi kuitenkin tehdä joitain päätelmiä soveltamalla niitä Helsinkiin.

Reliabiliteetti tutkimuksessa tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta. Tutkimuksessa saadut tulokset eivät saa olla sattuman aiheuttamia. Toistettaessa tutkimus, jossa on hyvä reliabiliteetti, pitäisi samoissa olosuhteissa tulla samanlaiset tulokset. Tutkimus voi olla reliaabeli, vaikka se ei olisi validi. Menetelmällä voidaan päätyä kiinnostaviin tuloksiin, mutta ne eivät vain vastaa sitä, mitä oli tarkoituksena tutkia. Reliabiliteetin arvioinnin kannalta on oleellista, että tutkimus on muiden tarkastettavissa. (Hiltunen 2009.)

Tämän tutkimuksen reliabiliteettia voidaan pitää hyvänä. Mikäli joku toinen valitsisi Helsingin keskusta-alueelta samantyyppisellä kokemuksella olevia haastateltavia ja kysyisi samat kysymykset, pitäisi tulosten olla melko samat. Tietysti ihmisiä haastateltaessa ja heidän mielipiteitään kysyessä sattumallakin on osuutensa. Jos haastateltava esimerkiksi antaa aiheeseen kuulumattomien tunteidensa vaikuttaa vastauksiin, voisi tulokset olla erilaisia jotain muuta haastattellessa. Dokumenttianalysissa voisi sen sijaan valita eri lähteet, jolloin dokumentit eivät välttämättä sisältäisi samoja asioita. Kuitenkaan käytetyissä menetelmissä ei kokonaisuutena ole mitään sellaista, etteikö jollakin toisella olisi mahdollisuus toteuttaa tutkimusta.

7.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi varsinaisesti marraskuussa 2022 ja työ valmistui toukokuussa 2023. Työ vei lopulta enemmän aikaa, kun olin alun perin ajatellut. Suunnitellessani työtä en osannut ottaa huomioon, että kesken opinnäytetyöprosessia tulee hetkiä, jolloin pitää ottaa aikaa ja miettiä, mitä seuraavaksi tekee. Projektit harvemmin etenevät niin, että kaikki on alusta loppuun selvää suorittamista. Tämänkin opinnäytetyön tekemisen aikana minun tuli välillä ottaa miettimisaikaa ja selvittää itselleni työn seuraavien vaiheiden toteutusta.

Opinnäytetyöprosessi opetti ajanhallintaa, suunnittelua sekä taitoja tutkimuksen tekemisestä. Opintojen varrella on tottunut tekemään pitkiä raportteja ja harjoitustöitä, mutta opinnäytetyö vei kuitenkin eniten kaikista eniten aikaa. Vaikeinta opinnäytetyössä olivat tietoperustan rakentaminen sekä haastatteluvaiheen suunnittelu ja toteuttaminen. Tietoperustaan oli välillä vaikea löytää sopivia lähteitä, sillä cocktail on aiheena melko erityinen. Reseptikirjoja cocktaileista löytyy paljon, mutta kirjallisuuslähteitä, jotka sisältävät yleisempää tietoa cocktaileista, on vähemmän. Haastatteluissa taas kysymysten keksiminen oli hankalaa sekä sopivien haastateltavien löytäminen. Onnistuin lopulta kuitenkin löytämään juuri sellaiset haastateltavat, joita olin työhön ajatellut.

Kokonaisuutena pidän opinnäytetyöprosessia onnistuneena sekä koen, että siinä asetetut tavoitteet tulivat saavutettua. Työtä voidaan pitää ravintola-alan kannalta ajankohtaisena. Tärkein oppi prosessista oli se, että projektit saattavat viedä enemmän aikaa kuin alun perin on suunnitellut. Vaikka alun suunnitteluvaiheessa tuntuu, että kaikki on selvää, voi käytännön toteutuksessa kohdata odottamattomia haasteita.

Lähteet

Aho, K., Autti, N. & Siitonen, T. 2009. Mikosta mestariksi. Baarityön käsikirja. Restamark Oy. Vantaa.

Drink Magazine Asia 2018. Cocktail families: Sours. Luettavissa: <https://www.drinkmagazine.asia/2018/08/27/cocktail-families-sours/>. Luettu: 26.1.2023.

Dufva, M. 2018. Mikä on heikko signaali? Sitra. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/mika-heikko-signaali/>. Luettu: 11.1.2023.

Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum. Helsinki.

Hiltunen, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa. Trendit ja ilmiöt. Docendo. Jyväskylä.

Hiltunen, L. 2008. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf. Luettu: 26.4.2023.

Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Tallinna.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Hämeenlinna.

Hujanen, L. 2021. Aperol Spritz ei ole ainoa – kolme hyvää spritz-ohjetta. Luettavissa: <https://www.avecmedia.fi/juoma/aperol-spritz-on-kesan-trendijuoma/>. Luettu: 11.4.2023.

Hujanen, L. 2021. Drinkin hämmentäminen vaatii teknistä taitoa ja kuivaa jäätä. Avec. Luettavissa: <https://www.avecmedia.fi/shaker/drinkin-hammentaminen-vaatii-teknista-taitoa-ja-kuivaa-jaata/>. Luettu: 9.1.2023.

Hujanen, L. 2021. Drinkin rakentaminen on mainettaan monipuolisempi metodi. Avec. Luettavissa: <https://www.avecmedia.fi/juoma/drinkin-rakentaminen-on-mainettaan-monipuolisempi-metodi/>. Luettu: 4.1.2023.

Hujanen, L. 2022. Highball, kova vesi ja hyperlokaali – baariammattilainen, panosta nyt näihin! Avec. Luettavissa: <https://www.avecmedia.fi/juoma/baarialan-trendit-2022/>. Luettu: 23.3.2023.

Hujanen, L. 2022. Katkero on nyt in! Tässä myyntikikka baariin, tietopaketti ja cocktail-resepti. Avec. Luettavissa: <https://www.avecmedia.fi/juoma/baarissa-maistuu-nyt-katkero-myyntikikka-tietopaketti-ja-cocktail-resepti/>. Luettu: 27.3.2023.

Issukka, J. & Koskinen, M. 2017. Suomalainen drinkki. Tammi. Helsinki.

Kespro 2022. Juomavuosi 2023. Mitä kuuluu juomille, kun vuosi on vaihtumassa uuteen? Luettavissa: <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/juomavuosi-2023>. Luettu: 23.3.2023.

Kespro 2022. Kespron myyntidata kertoo alkoholittomien vaihtoehtojen ja drinkkien suosion kasvusta ravintoloissa. Luettavissa: <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/alkoholittomien-vaihtoehtojen-ja-drinkkien-suosio-kasvaa-ravintoloissa>. Luettu: 22.3.2023.

Lev-Tov, D. 6.5.2022. All About Cocktails—Including the Essentials You Need to Mix Up the Tastiest Drinks. Martha Stewart. Luettavissa: <https://www.marthastewart.com/8262958/what-is-a-cocktail>. Luettu: 4.1.2023.

Merisalo, R. 2012. Sokaisevat trendit. Kauppakamari. Hämeenlinna.

Morgan, A. 2022. 12 Spritz Recipes to Make All Year. Liquor.com. Luettavissa: <https://www.liquor.com/slideshows/spritz/>. Luettu: 11.4.2023.

Oppariapu s.a. Dokumenttianalyysi. Luettavissa: <https://oppiariapu.wordpress.com/kirjallisten-lahteiden-analyysi/>. Luettu: 2.2.2023.

Rubin, A. s.a. Trendianalyysi tulevaisuudentutkimuksen menetelmänä. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Luettavissa: <https://tulevaisuus.fi/menetelmat/toimintaympariston-muutosten-tarkastelu/trendianalyysi-tulevaisuudentutkimuksen-menetelmana/>. Luettu: 16.1.2023.

Sandham, T. 2012. World's best cocktails. Quayside Publishing Group. USA.

Shotti.fi s.a. Ravistaminen. Luettavissa: <https://www.shotti.fi/valmistustapa/ravistaminen/>. Luettu: 4.1.2023.

Tiirikka, M. 2023. Spritzin visuaalinen näyttävyys viehättää. Trendikatsaus 2023. Alko. Luettavissa: <https://www.alko.fi/juoma-ruoka/trendit/trendikatsaus-2023/helppoa-ja-kepeaa>. Luettu: 27.3.2023.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Tammi.

Viinimaa 2023. Juoma-alan uusia tuulia vuonna 2023. Luettavissa: <https://viinimaa.fi/artikkelit/ajan-kohtaista/juoma-alan-uusia-tuulia-vuonna-2023#9f6131ca>. Luettu: 24.3.2023.

Vuori, J. s.a. Laadullinen sisällönanalyysi. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/>. Luettu: 6.2.2023.

Zielinski, T. 2020. 6 highballs to try right now. Liquor.com. Luettavissa: <https://www.liquor.com/highball-cocktail-recipes-5077935>. Luettu: 27.1.2023.

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

1. Kuinka pitkä ura sinulla on tähän mennessä cocktailien, eli alkoholillisten juomasekoitusten parissa?
2. Onko cocktailkulttuuri Helsingissä muuttunut urasi aikana jollakin tavalla? Millä tavalla se on muuttunut?
3. Kuinka suosittuja cocktailit ovat suhteessa muihin alkoholijuomiin nykyisessä työpaikassasi?
4. Onko cocktailien suosiossa mielestäsi tapahtunut viime vuosina nousua vai laskua? Mistä arvelet muutoksen johtuvan?
5. Millä tavalla vuodenaajat tai muut ajankohdat vaikuttavat cocktailien kulutukseen?
6. Minkä makuiset cocktailit ovat suosituimpia tällä hetkellä (esim. katkeroinen, alkoholinen, makea, hapan)?
7. Ovatko tällä hetkellä suosituimpia lyhyet (6-10 cl) vai pitkät (10+ cl) cocktailit?
8. Millä valmistusmenetelmillä teet eniten cocktaileja?
9. Mistä alkoholeista asiakkaat haluavat eniten cocktaileja tällä hetkellä?
10. Miten uskot cocktailien kulutuksen Helsingissä muuttuvan tulevien vuosien aikana?